ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis loyalitas konsumen terhadap penyedia jasa telekomunikasi di Indonesia yaitu Telkomsel, Indosat, Tri, XL, dan Smartfren. Data penelitian ini diperoleh dari pengguna *platform twitter* yang mem-*publish tweet* terkait dengan penyedia jasa telekomunikasi tersebut. Data dikumpulkan dengan cara *crawling data* menggunakan *software* RStudio dan dianalisis dengan pendekatan *Social Network Analysis* (SNA) menggunakan *software* Gephi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dengan pendekatan *Social Network Analysis* (SNA) dapat digunakan untuk melihat loyalitas konsumen. Temuan juga menunjukkan bahwa perbedaan loyalitas konsumen masing-masing penyedia jasa telekomunikasi tersebut dapat dilihat dari *tweet* yang di-*publish*, ukuran *node*, dan ketebalan *edge* pada *graph* dengan urutan Indosat, Telkomsel, Smartfren, XL, dan Tri. Temuan lainnya adalah *platform twitter* dapat digunakan bukan hanya sebagai media *customer service* tetapi juga dapat digunakan untuk meningkatkan loyalitas konsumen dengan cara mengumpulkan pujian dan keluhan dari konsumen dan masing-masing penyedia jasa telekomunikasi dapat meningkatkan kualitas layanannya.

Kata kunci: Loyalitas Konsumen, *Social Network Analysis*, *Twitter*, Telkomsel, Indosat, Tri, XL, Smartfren.